

МАШКОВА С. Н.

КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

Аннотация: предпринята попытка описать понятие «коммуникативная компетентность» журналиста, дать не только, на наш взгляд, исчерпывающее определение, наметить пути исследования и развития этой важнейшей творческой и профессиональной составляющей специалиста, но и показать, какие возможности открываются перед сотрудниками, эффективность профессиональной деятельности которых зависит от уровня развития коммуникативной компетентности. Автор приходит к выводу, что коммуникативная компетентность должна стать решающим критерием при оценке работы журналиста.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, речевая культура, коммуникативные неудачи, жанры делового общения, риторика.

Mashkova S. N.

COMMUNICATIVE COMPETENCE IN THE JOURNALIST'S PROFESSIONAL ACTIVITY

Abstract: The author of the article attempts not only to describe the notion of «communicative competence» of a journalist, to give its complete definition, to outline the ways of research and development of this important creative and professional component of a specialist, but also to show the possibilities that open to employees whose professional activity depends on the level of the development of the communicative competence. The author comes to the conclusion that the communicative competence should become the decisive criterion for evaluation of a journalist's work.

Keywords: communicative competence, speech culture, communication failure, genres of business communication, rhetoric.

Современное общество сложно представить без средств массовой информации. Как феномен отражения и развития социальной жизни, культуры СМИ призваны способствовать возвышению, духовному и нравственному росту человека. Решить эту задачу СМИ могут, в первую очередь, через профессиональные кадры, владеющие общей культурой и культурой речи на самом высоком уровне. Поэтому столь высокие требования предъявляются сегодня к СМИ, которые обращаются к многомиллионной аудитории. Большое внимание при подготовке журналистов, в учебном процессе, стали уделять вопросам коммуникативной компетентности как критерию профессионализма.

Важнейшими составляющими профессионального облика специалиста являются: компетентность в сфере делового общения, которая непосредственно связана с успехом или неудачей в любом деле.

Коммуникативная компетентность – это совокупность знаний, умений и навыков, включающих: функции общения и особенности коммуникативного процесса, виды общения и основные его характеристики; средства общения: вербальные и невербальные; репрезентативные системы ключи доступа к ним; виды слушания и техники его использования; «обратную связь» – вопросы и ответы; психологические и коммуникативные типы партнеров, специфику взаи-

модействия и приемы влияния на людей; методы генерирования идей и интеграции персонала для конструктивной коммуникации; самопрезентацию и стратегию успеха.

Коммуникативная компетентность как составляющая часть профессионализма журналистов представляет важнейшую часть их профессионального облика. «Коммуникативная компетентность, как оправда для бриллианта, может помочь реализовать свои замыслы и намерения, стать преуспевающим человеком, вызывающим уважение у делового партнера» [4, с. 7].

В профессиональную компетенцию журналиста входит владение жанрами делового общения (жанровые разновидности письменного и устного общения). Письменная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена всеми видами деловых писем, документами, фиксирующими социально-правовые отношения, – контрактами (договорами), соглашениями и всеми типами сопутствующих документов. Устная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т. п.

Совещания, собрания представляют собой особый тип протокольного общения, в котором по большей части представлена монологическая деловая речь, не только имеющая письменную природу, но и существующая сразу в двух формах – устной и письменной [2, с. 10].

Рамки делового общения все время расширяются (реклама, светское общение). От умения представить свои позиции в наиболее выгодном свете, заинтересовать потенциального партнера, создать благоприятный имидж зависит успех предприятия, всего дела. Поэтому, помимо читаемой монологической речи, в практику делового общения все активнее входит подготовленная, но нечитаемая монологическая речь (презентационная речь, торжественная речь, вступительное слово на различных деловых встречах и др.), поздравительные письма и другие этикетные тексты.

Владение жанрами делового общения входит в профессиональную компетенцию журналиста. Особенно важно для специалиста представлять себе нормативный аспект языка документов и устной деловой речи. Нормативный аспект культуры речи – важнейший, но не единственный.

В современной лингвистике коммуникативный аспект культуры речи известен из риторики. Риторика – это наука о хорошей речи, которая имеет такие качества, как точность, ясность, выразительность, логичность, чистоту, уместность. Современная риторика – это прежде всего наука об эффективной речи, об умении добиваться речевыми средствами поставленной цели, что предполагает учет психологического и этического аспектов общения.

Высокая речевая культура специалиста проявляется в знании требований, предъявляемых к языку документов, и умении выбрать из богатейшего арсенала речевых средств деловой письменной речи необходимые для составления текста, вести деловую беседу, уметь убеждать в своей правоте.

Показателем лингвистической компетентности журналиста можно считать его умение «переводить» информацию с одного типа речи на другой (с языка справочных жанров на язык устной спонтанной речи), свертывать и развертывать

ее, т. е. выполнять операции номинации, вербализации, тезирования, перефразирования, резюмирования. Владение этикетными средствами, тактическими приемами ведения деловых переговоров, совещаний, жанрами публичной монологической речи также входит в число необходимых речевых навыков журналиста.

Современному специалисту необходимо знать типы внутринациональных речевых культур, которые испытывают взаимовлияние и образуют гибридные, маргинальные разновидности: среднелитературная вступает во взаимодействие с более низкими типами речевых культур – фамильярно-разговорной, профессионально-ограниченной, просторечной [2, с. 16].

Современному профессионалу необходимо знать типы речевых культур, потому что точная квалификация речевой культуры собеседника поможет выбрать верную стратегию речевого поведения, избежать коммуникативного шока при столкновении носителей высоких и низких типов речевых культур.

Сегодня владение искусством речи является обязательным компонентом коммуникативной культуры журналиста. Чтобы хорошо говорить, надо знать, что сказать, как сказать, надо знать особенности ораторского искусства, владеть инструментарием ораторской речи, умело пользоваться техникой говорения. Ф. А. Кузин выделяет основной ораторский инструментарий, элементами которого являются коммуникационные эффекты (внешний облик, жесты, техника говорения и др.) [3, с. 22].

В естественном общении достаточно часто возникает непонимание, недопонимание, неумение услышать, неумение выразить мысль словами, т. е. коммуникативные неудачи. Коммуникативная неудача – это полное или частичное непонимание высказывания партнером коммуникации, т. е. неосуществление или неполное осуществление коммуникативного намерения говорящего [1, с. 124].

Коммуникативные неудачи могут возникать в зависимости от разных причин. Исследователи выделяют коммуникативные неудачи, порождаемые: 1) свойствами языковых единиц; 2) различиями в индивидуальных свойствах говорящих; 3) неверным пониманием коммуникативного намерения говорящего; 4) неадекватной передачей чужой речи; 5) прагматическими факторами; 6) возникающие в манипулятивных речевых актах; 7) реакцией на дескрипцию [5, с. 229–230].

Учитывая, что деятельность общения направлена на удовлетворение практических и коммуникативных целей, при коммуникативной неудаче не достигается либо что-то одно или все в целом. В недопонимании повинны оба партнера – и производящий, и воспринимающий текст. Коммуникативные неудачи могут быть вызваны внешними обстоятельствами, экстралингвистическими, и собственно языковыми. Опознание того, что в общении произошел сбой, коммуникативные неудачи, дает ответная реакция партнера (адресат не услышал, не расслышал, не счел нужным ответить, оскорбился и т. д.).

Коммуникативные неудачи успешно преодолеваются, хотя, как отмечают О. Н. Ермакова, Е. А. Земская, Н. И. Формановская, процент понимания адресатом того, на что рассчитывает автор текста, в принципе невелик.

Таким образом, нормативно-этический подход к проблемам общения позволяет определять «подлинным» общением такое, которое духовно обогащает и сближает людей. Эффективное общение журналиста требует знания всех компонентов, владение которыми обеспечивает коммуникативную компетентность специалиста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ермакова О. Н., Земская Е. А. К построению типологии коммуникативных неудач // Русский язык в его функционировании. М., 1993.
2. Колтунова М. В. Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет: учеб. пособие для вузов. М., 2000.
3. Кузин Ф. А. Культура делового общения : практ. пособие для бизнесменов. М., 2000.
4. Панфилова А. П. Дефовая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие. СПб., 2001.
5. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. М., 1998.